



総務省

政策を知ってもらい、 行動変容につなげる。

広報改革に向けた提言

令和5年2月7日





提言 「政策を知ってもらい、行動変容につなげる広報」へ

課題認識

総務省の所管分野は多岐にわたり、
専門的・技術的な事項が多いものの、
わかりやすく伝える意識が低く、
大事な政策が伝わらないことが多い

具体的課題

職員の意識不足

広報の必要性に意識が向いていない
必要性を感じてもやり方が分からない

広報手法の洗練不足

ターゲットやゴールを設定していない
広報ツールの特性に合っていない
評価（効果測定）がされていない

改革① 意識・体制の改革

意識醸成

研修等を通じた継続的な職員啓発

総務省全体の「広報ポリシー」の策定

体制整備

広報に知見を有するアドバイザー

戦略広報プロデューサー（仮称）の配置

省内の広報力の向上の取組を定期的に意見交換

総務省しゅってもらい隊（仮称）の結成

職員の戦略的な育成・配置

優良事例・取組の横展開、表彰

改革② 広報手法の改革

戦略的な広報の実施

重要政策にリソース集中投入、支援強化

SNSの活用推進

Instagram等の特性、機能に応じた活用

環境整備

コンテンツ用素材の用意

改革①

2023年度	2024年度	2025年度
広報ポリシーを策定	省内での継続的な意識啓発	
	部局横断で「総務省してもらい隊（仮称）」の活動	
専門性を持った職員の育成・配置の検討	最適な育成・配置を実現	
	「戦略広報プロデューサー（仮称）」の配置	
省内の優良な広報事例・取組の横展開、表彰		

改革②

重点政策はマスメディアとの連動を含め、戦略的にリソースを集中投入		
	広報室の支援機能強化	
Twitter、Instagram等の特性・機能に応じた活用		
広報メニューのマニュアル化	随時内容を更に充実	
SNSに適したコンテンツ素材等の整備	随時内容を更に充実	
総務省ホームページをスマホ・SNSフレンドリーに改善		

次頁以降、既存広報をモデルケースとした改善提案

(参考) ケース①マイナンバーカード

【現状】

広報の目的：「令和4年度末までにほぼ全国民に行き渡ること」を目指し、マイナンバーカードの普及促進
 現 状：令和5年1月15日時点 → 66.8%

業種別マイナンバーカード取得状況等調査（ネット調査）

※ 実施期間：令和4年1月25日（火）～2月4日（金）

※ マイナンバーカードの普及と健康保険証利用に関する関係府省庁会議（第6回）令和4年3月24日資料

◆ マイナンバーカード未取得理由

	申請方法がわからないから (%)	申請方法が面倒だから (%)	マイナンバーカードにメリットを感じないから (%)	情報流出が怖いから (%)	その他 (%)	特にない (%)
全体	6.1	②31.4	③31.3	①35.2	5.5	26.9

【対応案】

○ 未取得原因（①～③）の解消にターゲットを絞ったPR戦略

例えば、最も大きな未取得原因である①情報流出懸念については、以下により対応

（手段）SNSによる頻繁な情報発信。インフルエンサーを活用したYouTube等での動画投稿

（内容）政府要人等信用力のある人物へのインタビュー（トップセールス）の動画等を通じて、情報流出懸念がないことを発信

→ 誤った情報の上書き。一度定着した懸念を払拭するため繰り返しの発信が重要

○ 実体験に基づくメリットのPR

例えば、政府要人、タレント、インフルエンサー等の訴求力のある人物に、確定申告を実際にやっていただき「簡単！すごい！」アピール → メディアと連携して画像を発信、ニュース化

○ 社会的意義を訴えるPR

マイナンバーカードが普及することによって実現できる社会像（行政経費が減 → 浮いた財源の有効活用、等）を示し、社会的意義や影響などを併せて発信 → 個人の行動変容を促す

(参考) ケース②誹謗中傷対策

▶インターネット上の誹謗中傷対策に関する広報活動では、**①ユーザの意識啓発**（目的：行動変容）、**②改正プロバイダ責任制限法の周知**（政策の認知度向上）について、キャラクターの起用や外部意見を取り入れたデザインの改善等により実施。加害者、被害者双方にアプローチを図るために、**広報予算の拡充**を行ったところ、今後、政策目標の再確認を通じた手法の改善や政策のメインターゲットとなる若年層の意見の採り入れ等を通じて、一層の政策目標の実現を目指す。

①ユーザの意識啓発

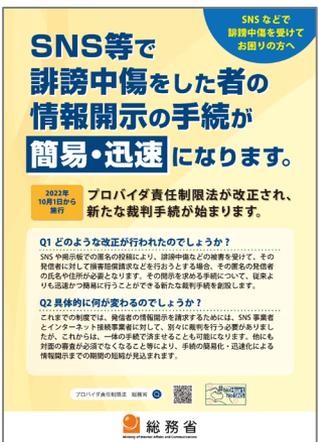
一人でも多くのユーザに誹謗中傷をすることを思いとどまってもらうことを目的に、#NoHeartNoSNS（ハートがなければSNSじゃない！）をスローガンに、キャラクター等を起用し広報。



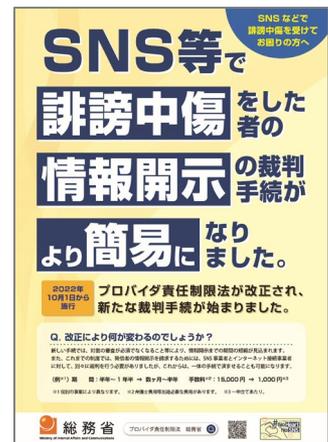
今後の改善予定

②改正プロバイダ責任制限法の周知

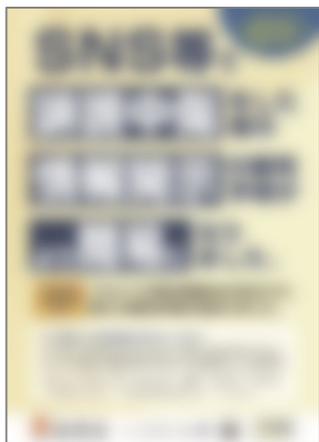
匿名発信者の特定手続きの簡易化を図る制度改正について、**誹謗中傷等にお困りの方による利用の促進を目的に**、被害に遭いやすいと考えられる関係者向けの説明会を実施。また、周知用のビラについて、改正内容が明確に伝わるように、外部意見を取り入れてデザインを改善。



第一版



第二版



第?版

- ① より多くの人の心に残るキャッチーなスローガン、キャラクターやリーチ手法はないか？ →政策のメインターゲットとなる若年層の意見の採り入れつつ、**外部委託を通じたキャラクターの起用、SNS等のweb広告の活用や実施予定。**
- ② アンケート調査によると改正プロバイダ責任制限法の認知度は**3割弱（29.5%）**。また、制度自体の認知度は5割程度（46.3%）。**若年で若干認知度が高い。**
改正内容に係る周知広報だけではなく、誹謗中傷の被害に合ったときの回復手段全般の周知広報を、よりネットに親しい若年層をメインターゲットに実施予定。

※制度上の措置に関する検討の場にも、Z世代の委員に議論に加わっていただいている。

行政相談に関する広報活動では、**①認知度の向上**、**②利用促進**のための取組を実施。

① 認知度の向上

行政相談及び行政相談委員制度の周知のため、HPにおけるPR、ロゴやキャラクターの活用、DVD・パネル・ポスター等の作成等により広報
また、若い世代をはじめとする幅広い世代への周知のため、SNSによる情報発信も実施



↑行政相談公式 Twitter

↓行政相談公式 YouTube チャンネル



② 利用促進

行政相談週間において、一日合同行政相談所を開設（令和4年度全国164か所）するなど、重点的な広報活動及び相談活動を実施



【参考】行政相談委員を知っている : 13.8%
行政相談センターを知っている : 17.2%
(R3.9 内閣府政府広報室調査)

今後の改善提案

- ① 行政相談の存在を身近に知ってもらうために、**なじみやすいキーワード「まくみみ」を統一して使用**
- ② あわせて、行政相談の役割も知ってもらうために、**「相談できる内容（事例）」も積極的に発信**
- ③ 幅広い世代をターゲットとした周知のほか、**「困っている人」をターゲットとして個々に訴求する広報**を実施
- ④ インターネット上では「相談しても無意味」といったネガティブな意見もみられるため、**SNS等でポジティブな感想や改善事例を積極的に発信**していくことで、利用促進にもつなげる